



Çingiz Allahyar oğlu İbrahimli

UOT:330.002.6; JEL: O39.

Elektron biznesin inkişafının iqtisadiyyata təsirinin tədqiqi

Xülasə

Məqalədə hər bir ölkənin davamlı inkişafının hərəkətverici qüvvəsi kimi elektron biznesin iqtisadiyyata təsirinin öyrənilməsinin vacibliyi əsaslandırılır. Elektron biznesin inkişafının iqtisadiyyata müxtəlif səviyyələrdə təsir xüsusiyyətləri araşdırılır. Habelə elektron biznesin inkişaf səviyyəsini təmin edən obyektiv və subyektiv amillər tədqiq edilir. Azərbaycanda elektron biznesin inkişafını sürətləndirən və ona mane olan amillər təhlil edilməklə, bu sahədə müvafiq təkmilləşdirici təkliflər irəli sürülür.

Açar sözlər: elektron biznes, elektron komməriya, iqtisadiyyata təsir.

Giriş

Elektron biznesin inkişafı iqtisadi subyektlərin işgüzar fəaliyyətində mühüm dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Bu dəyişikliklər iqtisadiyyatın yeni əsasda formalaşmasına, hətta nəzəriyyə və təcrübədə uzun illər ərzində dominantlıq etmiş bəzi müddəalardan imtina edilməsinə gətirib çıxarmışdır. Elektron biznesin (e-biznes) bütün dünya üzrə inkişaf səviyyəsi qloballaşma şəraitində ölkələrin rəqabətqabiliyyətliliyinin, bilik və mədəniyyətlərin uyğunlaşmasının, texniki tərəqqinin sürətlənməsinin indikatoru kimi çıxış edir [7]. E-biznesin, o cümlədən e-komməriyanın iqtisadiyyata təsiri xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi, bu sahədə davamlı inkişafın təmin edilməsinin başlıca şərtidir. Bu isə, e-biznesin müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatına, o cümlədən makroiqtisadi, regional, mikroiqtisadi səviyyələrdə iqtisadi göstəricilərə olan təsirinin öyrənilməsi və müqayisəli təhlilini zəruri edir. Beləliklə, Azərbaycanın qlobal virtual bazarlardakı mövqeyinin gələcəkdə yaxşılaşması baxımından e-biznesin iqtisadiyyata təsirinin öyrənilməsi və qiymətləndirilməsi xüsusi aktuallığa malikdir.

E-biznesin (e-komməriyanın) sürətli inkişafını şərtləndirən amillər

IBM şirkətinin mütəxəssisləri tərəfindən verilmiş və ilk dəfə 1997-ci ildə şirkətin keçmiş direktoru L.Qerstnerin çıxışında əks olunan fikirə görə “elektron biznes” (ing. Electronic Business, e-Business) əsas biznes proseslərin internet texnologiyalarının köməyi ilə dəyişdirilməsidir [5,s.7]. Mənfəət yaradılması məqsədilə daxili və xarici əlaqələrin yenidən təşkili üçün qlobal informasiya şəbəkələrinin imkanlarından istifadə edən istənilən işgüzar fəaliyyət elektron biznes adlanır. E-biznesin mühüm tərkib elementi kimi e-komməriya bazarı hələ gənc olmasına baxmayaraq kifayət qədər böyük dövrüyyəyə malikdir. İnsanlar İnternet vasitəsilə qida, geyim, məişət texnikası, avtomobillər, daşınmaz əmlak və s. əldə edirlər. Nisbətən qısa müddət ərzində e-komməriya onlayn pərakəndə satış üçün nəzərdə tutulan mexanizmdən daha geniş bir hadisəyə çevrilmişdir [4,s.6]. “Statista” şirkətinin apardığı son araşdırmalara (Digital Market Outlook) görə, 2018-ci ildə e-komməriya sahəsində satışın həcmi əvvəlki ilə nisbətən 14% artmışdır. Şirkətin hesablamalarına görə, 2018-ci il ərzində yalnız istehlak mallarına 1,78 trilyon ABŞ dolları xərclənmişdir [16].

E-komməriya vasitəsi ilə dünya üzrə alış-veriş etmiş şəxslərin sayı 2019-cu ilin yanvar ayı üçün 2 mlrd. 818 mlyn. nəfər (əvvəlki ilə nisbətən artım 3,1%) təşkil etmiş, bir istifadəçidən daxil olan orta gəlir (ARPU) əvvəlki ilə nisbətən 10%-dən çox artaraq 634 ABŞ dollarına bərabər olmuşdur. Qeyd edilməlidir ki, ayrı-ayrı ölkələr üzrə bu göstərici öz müxtəlifliyi ilə diqqəti cəlb edir. Belə ki, bu kateqoriya üzrə ən yüksək göstərici ABŞ-da 1,952 dollar, ən aşağı göstərici isə, Filippində 168 dollar olaraq qeydə alınmışdır. 2019-cu ilin



sentyabr ayına olan məlumatlara əsasən, e-kommersiya bazarından daxil olmalar 1,8 trln. 517 mln ABŞ dolları təşkil edərək əvvəlki dövr ilə müqayisədə 13,3%-lik artım müşahidə edilmişdir. 2019-2023-cü illərdə illik artım tempinin 10,4% təşkil edərək 2023-cü ildə elektron bazarın həcmnin 2,67 trln. ABŞ dollarına qədər artacağı proqnozlaşdırılır [13]. Bütün bunlar artıq e-biznesin iqtisadiyyatda əhəmiyyətli rola malik olduğunu bir daha sübut edir. E-kommersiyanın (o cümlədən, e-ticarətin) inkişafı bir sıra obyektiv və subyektiv amillərin məcmusundan asılıdır. İqtisadi, sosial, elektron-texnoloji, təşkilat-hüquqi xarakterli bu amillər ümumi şəkildə aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir:[10]

- ⇒ İqtisadiyyatın qloballaşması – kapitalın, əmtəə və xidmətlərin, texnologiyaların ölkə daxilində və beynəlxalq miqyasda sərbəst yerdəyişməsi;
- ⇒ Çoxfunksiyalılıq – kompüter texnologiyalarının mütəmadi olaraq yenilənməsi nəticəsində kommersiya prosesinin bütün mərhələlərində kompleks etibarlılığın təmin edilərək biznes sferasının əhəmiyyətli şəkildə genişlənməsi;
- ⇒ E-ticarətin əlçatanlığı və səmərəliliyi – təşkilati-texniki və iqtisadi-maliyyə nöqtəyi-nəzərdən bazar iştirakçılarının əhatə dairəsinin genişlənməsi.

Bununla bərabər, ayrı-ayrı tədqiqatlarda e-biznesin, o cümlədən e-kommersiyanın inkişafını təmin edən çoxsaylı amillər (İKT-nin inkişafı, onun bütün fəaliyyət sferalarına nüfuz etməsi; müasir və əlçatan internet infrastrukturunu; elektron fəaliyyətdə maraqlı olan iqtisadi subyektlərin sayı; inkişaf etmiş logistika və elektron ödəmə sistemləri; optimal vergi və gömrük tənzimlənməsi; dəqiq statistika; elektron biliklər və maarifləndirmə və s.) də əks olunmaqdadır [4, s.6; 7; 14]. E-biznesin yaranması və inkişafı yalnız İKT-nin mövcudluğu halında mümkün hesab edilə bilər. Təsədüfi deyil ki, müasir dövrdə e-biznes subyektlərin investisiya cəlbəçilikliyi İKT-nin inkişaf səviyyəsi, həmçinin onun bütün fəaliyyət sferalarına nüfuz etməsi dərəcəsindən asılıdır [7]. Lakin bu, ilkin şərtlərdən yalnız biridir. Belə ki, İKT və e-biznesin müvəffəqiyyəti həm də cəmiyyətin müasir texnologiyalara uyğunlaşmasına hazırlığı sayəsində əldə edilə bilər. D.Leoz və başqaları tədqiqatlarında göstərirlər ki, e-kommersiyanın yayılması üzrə hazırlığa mədəniyyət, rəqəmsal infrastrukturun mövcudluğu, sərmayə qoymaq qabiliyyəti və istəyi kimi amillər daha çox təsir edir. Bununla belə, digər ictimai qüvvələrin mövcudluğunu və ölkənin tarixi inkişaf istiqamətini də nəzərə alaraq, bu qüvvələrin e-kommersiyanın yayılmasına və deməli, həm də inkişafa köməklik etməsinin və ya mane olmasının mümkünlüyü qəbul edilir [3,s.3-4].

E-biznesin sürətli inkişafını şərtləndirən amillər sırasına satıcıların və alıcıların bu sahəyə olan marağı aid edilir. Belə ki, e-biznesin əsas növlərinə aid edilən e-kommersiya ilkin (baza) səviyyədə kommersiyanın yeni növü kimi yalnız satıcılarda (biznes strukturları) və alıcılarda yeni ticarət formasında iştirak üçün həvəs oyatdığı halda meydana çıxmağa bilərdi. Yeni bazarlara çıxış hər bir müəssisə rəhbərinin, kommersiya xidmətinin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biridir. Bu nöqtəyi-nəzərdən İnternet şəbəkəsi beynəlxalq və ölkədaxili kommersiya əməliyyatlarının səmərəliliyinin yüksəldilməsində mühüm nailiyyətlər əldə etməyə imkan yaratdı. Hazırda e-biznes strukturları üçün qlobal miqyas, informasiyanın əldə olunmasında operativlik, rəqabətqabiliyyətliliyin yüksəlməsi, xərclərin azalması, tədarük zəncirinin yaxşılaşdırılması, fərdilik, tələbə tez reaksiya və s. kimi üstün cəhətlər xarakterikdir. İnternet-mağazası həm də sahibkarların ticarət sahələrinin saxlanması, kommunal məsrəflərin ödənişi, işçi heyətinin təliminə və əmək haqqına çəkilən xərclər, anbar kompleksinin təşkil olunması və s. kimi bir sıra öhdəliklərdən azad olmağa imkan yaradır. Bu gün bir çox müəssisələr, mütərəqqi biznes modellərinin, məhsul və xidmətlərinin, eləcə də təşkilati strukturların rəqəmsallaşdırılmasını təmin edən texnologiya və xidmətlərə



əhəmiyyətli investisiyalar yatırılır. IDC-nin (International Data Corporation) proqnozuna görə, 2019-cu ildə dünya üzrə rəqəmsallaşdırma ilə bağlı xərclər 2018-ci illə müqayisədə 17,9% artaraq, 18 trln. dollara çatacaqdır. Proqnozlara görə, rəqəmsal transformasiyaya həcminə görə ən böyük investisiyalar baxımından pərakəndə ticarətin diskret istehsal (221,6 mlrd. dollar) və proses istehsalından (124,5 mlrd. dollar) sonra üçüncü olacağı ehtimal edilir [14]. E-biznesin inkişaf perspektivləri nəzərdən keçirərkən istehlakçıların da bu sahəyə daima artan marağı diqqəti xüsusi olaraq cəlb edir. Hazırda istehlakçılar üçün e-biznesin cəlbədiciyi hər yerdə (istənilən məkanda) ola bilmək imkanı, məhsul (xidmət) haqqında asan və tez məlumat almaq, əmtəə və xidmətlərdə böyük seçim, fərdilik, daha ucuz əmtəə və xidmətlər, operativ çatdırılma, elektron sosiallaşma və s.-də ifadə olunur. İnternet istifadəçilərinin sayının ildən-ilə artması ilə paralel olaraq “on-line” reklamın, o cümlədən müxtəlif sosial şəbəkələrdə məlumatlandırma və reklam imkanlarının genişlənməsi gələcək illərdə e-kommersiyanın inkişafının sürətlənəcəyinə inam yaradır.

E-biznesin inkişafını yalnız biznes strukturları və istehlakçılar üçün üstün cəhətlərin mövcudluğu ilə əlaqələndirmək düzgün olmaz. Belə ki, obyektiv amillərlə yanaşı, ayrı-ayrı ölkələrdə e-biznesin inkişafına dövlət strukturlarının birbaşa dəstəyi və bir sıra qeyri-bazar metodları da köməklik edir. İnnovativ inkişafın əsası qismində məqsədyönlü şəkildə e-biznes infrastrukturunu formalaşdıran ölkələr bu gün daha böyük rəqabət üstünlüklərinə malikdirlər. Belə ki, e-biznesin inkişafı dövlət (və cəmiyyət) üçün yaxın və uzunmüddətli perspektivdə mülkiyyət formasından asılı olmayaraq bütün yerli müəssisələrin qlobal bazarlara çıxışı, təqdim edilən elektron xidmətlərin siyahısının (təhsil, səhiyyə, kommunal xidmətlər) genişlənməsi, həyat səviyyəsinin yüksəlməsi, əhalinin hökumət ilə əks-əlaqəsinin genişlənməsi, milli təhlükəsizliyin yüksəlməsi, “rəqəmsal” uyğunsuzluğun azalması, “on-line” satışı/sifariş hesabına avtomobil sıxlığının və ətraf mühitin çirklənməsinin azalması, kağız dövriyyəsinin azalması hesabına iqtisadi səmərəliliyin əldə edilməsi kimi üstünlüklər vəd edir. Təsadüfi deyil ki, bir çox ölkələrdə (ÇXR, ABŞ, Böyük Britaniya və b.) bu sahə dövlət büdcəsinin, vergi ödəyicilərinin pulları hesabına maliyyələşdirilir [9].

Qlobal rəqabət şəraitində e-kommersiya hər hansı bir ölkədə fiziki iştirak etmədən satışları məhdudiyətsiz şəkildə artırmağa icazə verir. Bu, ABŞ kimi xidmət və texnologiyaların ixracatçısı olan ölkələrin vergi bazasının idxalçı ölkələrin hesabına artımına gətirib çıxarır [6, s. 292]. Beləliklə, bəzi dövlətlərdə aşağı vergi dərəcələrinin olması buraya e-satıcıları cəlb edərək digər dövlətlərin vergi gəlirləri üçün ciddi təhlükə yarada bilər. Bu isə, e-ticarətdə vergitutma məsələlərinin həm də ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyi baxımından böyük əhəmiyyətə malik olduğunu sübut edir. ABŞ, Çin, Cənubi Koreya, Rusiya kimi ölkələrdə onların inkişaf xüsusiyyətlərindən, e-biznesin iqtisadiyyata nüfuz etməsinin səviyyəsindən asılı olaraq dövlət tərəfindən bu sahənin inkişafı ilə bağlı müxtəlif tədbirlər həyata keçirilir. Artıq e-biznesin inkişafı beynəlxalq və regional miqyaslarda iqtisadi maraqların reallaşmasının aləti kimi çıxış edir. 2015-ci ildən Avropa İttifaqında da “Avropa 2020” çərçivəsində bu məsələ ilə bağlı strategiya - vahid rəqəmsal bazarın formalaşması planı mövcuddur. Belə ki, 2020-ci ilə qədər Aİ-da e-ticarət qarşısında duran sədlərin aradan qaldırılması, zəruri internet infrastrukturunun yaradılması və sifarişçilərin müdafiə parametrlərinin yaxşılaşdırılması nəzərdə tutulur. Ümumavropa bazarının yaradılmasının üzv ölkələrin iqtisadiyyatına əlavə 415 mlrd avro illik gəlir gətirəcəyi proqnozlaşdırılır [9].

E-biznesin iqtisadiyyata təsirinin xarakterik cəhətləri

E-biznesin iqtisadiyyata təsirinin tədqiqi aşağıdakı bir sıra xarakterik cəhətləri üzə çıxarmağa imkan verir. Müasir biznes üçün təchizatçı şirkətlərin imkanlarının daima artması, qlobal rəqabətin genişlənməsi və sifarişçilərin tələblərinin yüksəlməsi xarakterikdir. Bu dəyişikliklərə vaxtında reaksiya verməyi bacaran müəssisələr biznesin təşkili və idarə



edilməsi üsullarını dəyişmək üçün yollar axtarırlar. Məhz yeni texnologiyalar sahibkarlar üçün istehsalın təşkili və biznesin reallaşdırılması üçün fərqli yollar təqdim edir. Yeni texnologiyalar firmaların strategiyaları və planlarını dəyişir: mövcud strategiyaların yenilənməsi və ya tamamilə yeni strategiyaların hazırlanması lazım gəlir. E-biznes strukturları ənənəvi biznesin başlıca infrastruktur elementlərindən də səmərəli istifadə etməklə çoxsaylı müştərilərə çıxış əldə edirlər. Hətta əvvəllər ənənəvi kommertiya-ticarət fəaliyyəti ilə məşğul olmamış e-biznes strukturları da bu sahədə uğur qazana bilir. Təsadüfi deyil ki, ekspertlərin qənaətinə görə, ABŞ-da e-kommertiya platformalarına ilkin vəsait yönəldənlər məhz istehsalçılar və topdan ticarətçilərdir [12].

Ənənəvi iqtisadiyyatda biznesin səmərəliliyi firmadaxili planlaşdırmanın və qəbul edilən idarəetmə qərarlarının keyfiyyəti ilə müəyyən edilir, daxili xərclərin strukturu isə, rəqabətqabiliyyətliliyin vacib göstəricisi hesab olunurdu. Şəbəkə iqtisadiyyatında isə, biznesin səmərəliliyi əməliyyat xərclərinin ölçüləri və strukturu ilə müəyyən edilir. Artıq konkret layihələr əsasında virtual təşkilatlar yaratmağa imkan verən İnternetin mövcudluğu minlərlə əməkdaşları, böyük ofisləri və istehsalat sahələri olan iri korporasiyaların yaradılması zərurətini aradan qaldırır [6,s.78]. Bir çox cəhətdən e-kommertiyanın köməyi ilə biznesin həyata keçirilməsi poçt və ya telefon vasitəsilə biznesə bənzəyir. Sövdələşmələr bir-birlərindən xeyli uzaqlıqda yerləşən subyektlər arasında həyata keçirilir, müvafiq çatdırma qurumları isə məhsulları ünvanlarına çatdırırlar. Bununla belə, xərclərin ixtisarı nöqtəyindən nəzərdən məsafə uzaqlığı bir sıra üstünlüklər əldə etməyə imkan verir. Sövdələşmələri yalnız elektron ticarət (e-ticarət) vasitəsilə həyata keçirən e-firmalar aşağı məsrəfli daşınmaz əmlak və ucuz işçi qüvvəsi olan bölgələr tapa bilirlər. Onlar mağazalar şəbəkəsindən fərqli olaraq əməliyyatları bir neçə anbarda cəmləşdirə bilirlər. Eyni zamanda, müştərilərlə şəxsi ünsiyyətin olmaması böyük sayda satıcılara olan ehtiyacı da aradan qaldırır.

“Chinadaily” 2017-ci ildə istehsalçıların 89%-inin e-ticarətin tədarük xərclərini aşağı salması, 82%-inin satışdan daxil olan gəlirlərin artması, 71%-inin isə saxlanma xərclərinin azalması barədə məlumat vermişdir. Çin Beynəlxalq Ticarətin Təşviqi Şurası Akademiyasının (China Council for the Promotion of International Trade Academy - CCPIT Academy) hesabatına görə 2017-ci ildə istehsalçılar tərəfindən elektron pərakəndə ticarətə yönəldilən hər milyon yuan (152 min ABŞ dolları) investisiya vəsaiti 710 min yuan birbaşa artıma səbəb olmuşdur [8]. Hesabata əsasən, e-ticarət innovasiya imkanlarını yaxşılaşdırmaqla, bazar payını artırmaqla və işin səmərəliliyini yüksəltməklə istehsal müəssisələrinin ölçüsündən asılı olmayaraq istehsalçıların gəlir və mənfəətlərinin artımına böyük töhfə verir.

İnternet kommertiya şirkətlərinin yalnız xərclərini azaltmır, o, həm də iqtisadi münasibətlər sistemini tənzimləyir. Belə ki, e-biznes təkcə xalis texnoloji məsələlərlə məhdudlaşmır, reallıqda o, istənilən təşkilatın iqtisadi fəaliyyət strategiyasının təməl elementlərinə ciddi təsir göstərir [2, s.25]. Yeni iqtisadi münasibətlər sistemində şəbəkə texnologiyaları bizneslə bağlı vəzifələri dəfələrlə daha tez və səmərəli, böyük sayda xidmət heyətinin iştirakı olmadan həll etməyə icazə verir. Bu da baş verən dəyişikliklərin davamlılığını təmin edir. E-biznesin inkişafı istehsal müəssisələrinin əməkdaşlıq və alıcılarla münasibət haqqında baxışlarını da dəyişdirmiş, nəticə etibarilə, beynəlxalq kommertiyanın xüsusiyyətlərini formalaşdıran yeni biznes modeli meydana gəlmişdir.

E-kommertiya pərakəndə ticarəti, nəqliyyatı və logistikanı da xeyli dəyişmişdir. Dəyişikliklərin miqyası və baş verən proseslərin sürəti iqtisadiyyatın ənənəvi sahələrinin inkişaf meyllərinin səviyyəsi ilə müqayisəyə gəlmir. Belə ki, qlobal böhranların təsirinə baxmayaraq on ildən artıq müddətdir ki, e-kommertiya sahəsində iqtisadi göstəricilərin illik sabit 10%-lik faizlik artımı müşahidə edilməkdədir. Mal çatdırmaları üzrə tanınmış



ekspertlərin sözlərinə görə, hazırda əl əməyi vasitəsilə yerinə yetirilən əməliyyatların ümumi əməliyyatlardakı payı məhsul sifarişləri və təchizatında 28%-dən çox deyil. Qlobal təchizat zəncirinin mürəkkəbliyi artdıqca, biznesin inkişaf meylləri gücləndikcə əl əməyi vasitəsilə həyata keçirilən proseslər azalmağa davam edir [12].

İstehlak malları bazarında daha əhəmiyyətli dəyişikliklər müşahidə edilməkdədir. Şəbəkə iqtisadiyyatında istehlak mallarının hətta ən kiçik istehsalçıları belə qlobal dünya bazarlarına çıxış əldə edir və ticarət vasitəçilərinin təsirindən azad olurlar. Bu, xırda istehsalçıların rəqabət imkanlarını gücləndirir, təkliflərin fərdiləşdirilməsi hesabına onların virtual bazarda rəqabət aparmasına icazə verir.

Beləliklə, e-biznesin inkişafı ilə iqtisadiyyatın strukturu, biznesin həyata keçirilməsi metodları, iqtisadi institutlar və bazar mühitində davranış qaydaları da əsaslı dəyişikliklərə məruz qalır. Bəzi hallarda müsbət təsirlərlə bərabər yanaşı mənfi təsirlər də qaşılmaz olur. Mütərəqqi texnologiyalar minlərlə yeni şirkətlərin yeni məhsul və xidmətlərlə meydana gəlməsinə səbəb olmaqla bərabər, həm də bir çox ənənəvi sahələrin və müəssisələrin “səhnə”dən getməsinə qəçılmaz edir [4,s.42]. E-kommersiyanın sürətli inkişafı həm də ilk dövrlərdə müəyyən qədər əhəmiyyətli məsrəflərlə əlaqədardır. Lakin onun e-firmalara təqdim etdiyi üstünlüklər xüsusilə də iri sifarişləri həyata keçirən B2B şirkətlərində e-əməliyyatlar qənaət baxımından böyük əhəmiyyətə malik ola bilər. E-biznes strukturları alıcılarla daha aşağı qiymətə sövdələşmələr bağlamaq imkanı əldə edirlər. Beləliklə də, ənənəvi biznesə xarakterik olan iri biznesin daha rəqabətqabiliyyətli olması baş verir. E-biznes strukturlarının yaradılması ilə iş bitmir, öz fəaliyyətini davam etdirə bilməyən e-firmaların sayı da daima çoxalır. Eyni zamanda, e-biznesin iqtisadiyyata bir sıra ənənəvi müəssisə və sahələrin fəaliyyətini dayandırması, iş yerlərinin azalması kimi mənfi təsirləri iqtisadi subyektlərin qlobal virtual məkanda fəaliyyətinin tənzimləməsinə aktual problemlərdən birinə çevirmişdir.

Azərbaycan Respublikasında e-biznesin inkişaf perspektivləri

Qloballaşan dünya iqtisadiyyatının inkişaf meylləri gələcəkdə e-biznesin iqtisadiyyatın bütün sahələrinə sirayət etməsinə, İnternet iqtisadiyyatının ənənəvi iqtisadi sahələrinin inkişafında mühüm rol oynayacağı proqnozlaşdırmağa əsas verir. Qeyd edilir ki, “məhz internet iqtisadiyyatı yeni istifadə və iştirak mühitlərinin yaranmasına, məhsuldarlığın artırılmasına, rəqiblər üzərində strateji üstünlüyün əldə olunmasına, tərəfdaşlarla münasibətlərin möhkəmləndirilməsinə, informasiya resurslarından optimal istifadəyə və bütövlükdə cəmiyyətin rifahının yaxşılaşdırılmasına şərait yaradır” [11]. Bütün bunlar Azərbaycanda iqtisadiyyatın yeni şəraitə uyğunlaşması istiqamətində siyasətin həyata keçirilməsini zəruri etmişdir. Xüsusilə də, 2000-ci illərin ortalarından ölkəmizdə İKT-nin, e-ticarətin inkişafı prioritet vəzifə kimi müəyyən edilərək bu sahədə strateji sənədlər, qanun, fərman və sərəncamlar, dövlət proqramları qəbul edilmişdir. Azərbaycan Respublikasında İKT-nin inkişafı davamlı xarakter almışdır. Belə ki, bu sahədə bir çox mühüm göstəriciləri ifadə edən İKT-nin inkişaf indeksi 2 dəfədən çox, yəni 2005-ci ildəki 2,58-dən 2018-ci ildə 6,33-ə qədər artmışdır [1, s. 9]. Bütün bunlar, e-biznesin inkişafının başlıca amillərindən biri kimi, İKT-nin müvafiq infrastrukturunun formalaşması sahəsində görülən işlərin gələcəkdə davam edəcəyinə inam yaradır.

“Elektron ticarət haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu 10 may 2005-ci il tarixində təsdiq olunsada, ölkəmizdə e-ticarət sahəsində fəaliyyətə yalnız 2008-ci ildə başlanılmış, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən e-ticarətin mühüm göstəricilərinin açıqlanması isə, 2012-ci ildən həyata keçirilir. Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 21 sentyabr 2016-cı il tarixli “Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan malların vahid məlumat bazasının yaradılması haqqında” Sərəncamına əsasən “Azexport.az” resursunun da yaradılması yerli biznes strukturlarının şəbəkə iqtisadiyyatına



keçidi üçün böyük imkanlar yaratmışdır. Bir sıra beynəlxalq reytinglərdə Azərbaycanda e-kommersiyanın inkişaf göstəriciləri bir çox ölkələrə nisbətən yüksəkdir. Məsələn, BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransı (UNCTAD) tərəfindən müəyyən edilmiş E-kommersiya (B2C) İndeksində görə 2017-ci ildə 144 ölkə arasında Azərbaycan Respublikası 68-ci yerdə qərarlaşmışdır [15]. Son illərdə ölkəmizdə e-biznesin davamlı inkişafının təmin edilməsi məqsədilə hüquqi, infrastruktur, ödəmə mexanizmlərinin təmin edilməsi sahəsində iqtisadi, inzibati və maarifləndirici tədbirlər həyata keçirilməkdədir.

Azərbaycanın yerləşdiyi əlverişli geostrateji mövqə ənənəvi ticarətdə olduğu kimi e-biznes sahəsində də müəyyən üstünlüklər əldə etməsi üçün yeni imkanlar yaradır. Bakının mühüm nəqliyyat-logistika mərkəzinə çevrilməsi istiqamətində atılan addımlar, beynəlxalq e-ticarət məhsullarının poçt vasitəsilə sifarişçilərə çatdırılması baxımından ölkəmiz üçün əlverişli imkanlar yaradır. 2016-cı ildən etibarən “Azərpoçt” MMC və “Silk Way” Aviaşirkəti arasında bağlanmış əməkdaşlıq müqaviləsinə əsasən Çin Xalq Respublikasında sifariş olunan e-kommersiya məhsullarının MDB və digər ölkələrə çatdırılması həyata keçirilir [14]. Qeyd etmək lazımdır ki, Respublikamızda transsərhəd e-ticarətdə sədlərin azalmasına kömək məqsədilə 06.03.2018-ci ildə BMT-nin Beynəlxalq müqavilələrdə e-kommunikasiyaların istifadəsinə dair Konvensiyası ratifikasiya edilmişdir. Bununla yanaşı, Avropa Komissiyasının “Şərq Tərəfdaşlığı” ölkələrində “Rəqəmsal Bazarların Uyğunlaşdırılması” təşəbbüsü çərçivəsində e-ticarətin inkişafı ilə bağlı elektron imzanın qarşılıqlı tanınması məqsədilə qanunvericiliyin inkişaf etdirilməsi, transsərhəd məlumat mübadiləsi, kibertəhlükəsizlik və s. istiqamətlərdə əməkdaşlıq genişlənilir. 2018-ci ildən etibarən Bakı şəhərində Elektron Ticarət Forumlarının keçirilməsi ölkədə e-biznesin inkişafını daha da sürətləndirmək məqsədinə xidmət edir. Artıq 2019-cu ilin oktyabr ayına olan məlumatlara əsasən “Azexport” portalına 150-dək dünya ölkəsindən 1,3 mlrd. manatdan artıq ixrac sifarişləri daxil olmuşdur [14]. Bununla bərabər, nəzərə almaq lazımdır ki, e-biznes ənənəvi biznesin yeni şərtlər əsasında təşkili forması olsa da, onun inkişafı xüsusi diqqət və tənzimlənmə tədbirləri tələb edir. Ümumilikdə 2014-2017-ci illər ərzində ölkəmizdə elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi 6445,2 min manatdan 46277 min manata qədər artsa da, 2018-ci ildə dövriyyəsinin həcmi azalaraq 43352,1 min manat təşkil etmişdir. Beləliklə, son iki il ərzində bu sahədə dövriyyənin azalması görülən işlərin davamlılığının zəruriliyini bir daha nümayiş etdirir. Eyni zamanda, təhlil göstərir ki, e-ticarətin real həcmi ilə əlaqədar bütün dünya üzrə statistik məlumat bazasında mövcud olan çatışmazlıqlar Azərbaycanda da müşahidə olunur. Belə ki, 2-ci Bakı Elektron Ticarət Forumunda bank kartları vasitəsi ilə ölkə daxili e-ticarətin həcmi son 5 ildə 12 dəfə artaraq 135 milyon manatdan 2018-ci ilin sonuna 1,7 milyard manata çatması qeyd olunmuşdur. Eyni zamanda, 2019-cu ilin 9 ayında 2,2 milyard manatlıq ölkə daxili e-ticarət dövriyyəsinin 43%-inin məhz Mərkəzi Bankın yaratdığı hökumət ödəniş portalı vasitəsilə həyata keçirildiyi də bildirilir [14]. Beləliklə, e-əməliyyatlarla bağlı məlumatların vahid bazada toplanması və emalına ehtiyac özünü göstərməkdədir. Beləliklə, ölkəmizin e-biznesin inkişafı üçün kifayət qədər imkanlar mövcuddur. Müasir dövrdə Azərbaycanda e-biznesin perspektiv inkişafını təmin edən bir sıra mühüm amillərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- ⇒ ölkəmizin dünya iqtisadiyyatına davamlı inteqrasiyası;
- ⇒ dövlətin bu sahənin inkişafında maraqlı olması;
- ⇒ ölkəmizin əlverişli geostrateji mövqeyinin mövcudluğu ilə əlaqədar onun iri nəqliyyat-logistika mərkəzinə çevrilməsi, habelə beynəlxalq e-ticarət məhsullarının poçt vasitəsilə daşınma və çatdırılması imkanlarının genişlənməsi;



- ⇒ ölkədə e-biznesin dinamik inkişafına şərait yaradan texnologiyaların və texnoloji vasitələrin sayının artması;
- ⇒ ticarət münasibətlərinin iştirakçılarının informasiya təhlükəsizliyini təmin edə bilən hüquqi baza və texniki vasitələrin mövcudluğu;
- ⇒ internet bankçılığın inkişaf yoluna qədəm qoyması;
- ⇒ e-ticarətin həyata keçirilməsini təmin edən bir çox dövlət və özəl logistik şirkətlərin fəaliyyət göstərməsi
- ⇒ əhalinin elektron ödənişlərdən istifadəsinin ildən-ilə genişlənməsi.

Azərbaycanda İnternet bankçılığın inkişafı, logistika sahəsində bir çox şirkətlərin fəaliyyət göstərməsi son illərdə əhaliyə müxtəlif məhsul və xidmətlər təklif edən çoxsaylı sayt və platformaların meydana gəlməsinə səbəb olmuşdur. Lakin qeydiyyatla alınmış çoxsaylı İnternet mağazaların heç də hamısının təyinatı üzrə fəaliyyət göstərməməsi elektron bazarın həcmi haqqında dolğun məlumat əldə olunmasını çətinləşdirir. Turizm xidmətlərinin, bilet və hotel sifarişlərinin, informasiya texnologiyalarının, geyim, qida məhsullarının e-ticarət vasitəsilə satışında müşahidə edilən artım da ölkəmizdə elektron əməliyyatlar üzrə məlumat bazasının təkmilləşdirilməsi istiqamətində məqsədyönlü və kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsini zəruri edir. Digər tərəfdən, yerli internet istifadəçiləri sifariş üçün əsasən dünyanın tanınmış xarici e-ticarət platformalarına müraciət edirlər. Buna görə də, daxili bazarda e-ticarətin payını artırmaq, eyni zamanda yerli məhsulların xarici bazarlara çıxarılması üçün e-ticarətin təşviqi işlərinin genişləndirilməsi vacibdir.

Nəticə

E-biznesin global bazarlarda əməliyyat xərclərini kəskin şəkildə azaltması sayəsində işgüzar münasibətlərin fərqli prinsiplərə uyğun, fərqli institusional mühit və qaydalar əsasında fəaliyyət göstərən yeni infrastrukturunu və mexanizmləri formalaşır. Bu, məhsulların çatdırılması, ödənişlərin təşkili və xidmət göstərilməsi ilə bağlı münasibətlərin bütün növ və formalarını əhatə edir. E-biznesin iqtisadiyyata təsirinin tədqiqi bir sıra müsbət və mənfi xarakterli cəhətləri üzə çıxarmağa imkan verir. E-biznes şəbəkələrinin yaradılması zamanı bütün ölkələr üçün həlli vacib olan və hər bir ölkənin inkişaf səviyyəsinə uyğun formada həyata keçirilən başlıca institusional vəzifələr Azərbaycan üçün də xarakterikdir. Bu nöqtəyə-nəzərdən, ölkəmizdə də e-biznesin inkişafı xüsusi diqqət və tənzimlənmə tədbirlərinin həyata keçirilməsini tələb edir. Bu vəzifələr, ödəniş və nəqliyyat-logistik infrastrukturun e-biznesin mövcud və potensial tələblərinə uyğun transformasiyası, habelə bu sahədə normativ-hüquqi tənzimlənmənin daima təkmilləşdirilməsi ilə bağlıdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, hazırda ayrı-ayrı milli iqtisadiyyatların gələcək inkişaf xəttini müəyyən edən əsas cəhətlərdən biri də, ölkədə firmadaxili logistik infrastrukturun e-biznesin tələblərinə uyğunluğu səviyyəsinin əldə olunmasıdır. Bunun üçün isə, Azərbaycanda e-biznesin iqtisadiyyata təsirini aşkara çıxarmağa imkan verən ilkin statistik göstəricilərin toplanması, emalı və təqdim olunması vacibdir.

Ədəbiyyat

1. “Azərbaycanda informasiya cəmiyyəti”. Statistik məcmuə. Bakı, 2019.
2. Musayev İ.K. Əlizadə M.N., Mahmudov A.B. Elektron biznes. Bakı, “MSVNƏŞR” nəşriyyatı, 2016.
3. De Leoz et al. Assessing the Impacts of E-Commerce Diffusion on Development. Proceedings of the Tenth Midwest Association for Information Systems Conference, Pittsburg, Kansas, May 14-15, 2015.
4. Kenneth C. Laudon, Carol Guercio Traver. E-commerce: business. technology. society. - 10th.ed. Published by Pearson Education, Inc., 2014.
5. Дёмина А.В. Электронный бизнес: учебное пособие. Саратов, 2015.



6. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. ОмГТУ. – Москва: Экономика, 2014.
7. Шабанова Л.Б., Зюзина С.В. Традиционная и электронная торговля потребительскими товарами и услугами: достоинства, недостатки и перспективы развития. Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского Института Бизнеса, 2016, февраль № 1 (34).
8. http://www.chinadaily.com.cn/business/2017-09/01/content_31428021.htm
9. <http://www.forbes.ru/biznes/pmef-2018361073-novaya-ekonomika-kak-pravitelstva-raznyh-stran-stimuliruyut-onlayn-torgovlyu>
10. https://www.minpromtorg.gov.ru/docs/#!proekt_strategiya_razvitiya_elektronnoy_torgovli_v_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2025_goda
11. <http://www.president.az/articles/11312>
12. <https://www.retailtouchpoints.com/features/executive-viewpoints/e-commerce-expected-to-redefine-manufacturing-and-distribution>
13. <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/>
14. <http://www.ted.az/az>
15. https://www.unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d09_en.pdf
16. <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/>

Çingiz Allahyar oğlu İbrahimli
Исследование влияния развития электронного бизнеса на экономику
Резюме

В статье обосновывается важность изучения влияния электронного бизнеса на экономику как движущей силы устойчивого развития в каждой стране. Изучаются особенности влияния электронного бизнеса на экономику на разных уровнях. Также рассматриваются объективные и субъективные факторы, обеспечивающие уровни развития электронного бизнеса. Анализируя факторы, которые ускоряют и препятствуют развитию электронного бизнеса в Азербайджане, в этой области выдвигаются соответствующие предложения.

Ключевые слова: электронный бизнес, электронная коммерция, влияние на экономику.

Chingiz Allahiar Ibrahimli
Investigation the influence of electronic business development on the economy
Summary

The article substantiates the importance of studying the impact of e-business on the economy as a driving force for sustainable development in each country. The features of the impact of electronic business on the economy at different levels are being studied. It also examines the objective and subjective factors that ensure the levels of development of electronic business. Analyzing the factors that accelerate and impede the development of electronic business in Azerbaijan, relevant proposals are put forward in this area.

Key words: electronic business, electronic commerce, impact on the economy.

Elmi redaktor: i.f.d., dos. Y.Məmmədov
Daxil olub:03.12.2019.
Çapa qəbul olunub:06.12.2019.